



جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

Naif Arab University For Security Sciences

الإعلام الأمني وقت الأزمات

العميد . أحمد صالح العمرات

٢٠٠٥ م

الإعلام الأمني وقت الأزمات

العميد. أحمد صالح العمرات

٢. الإعلام الأمني وقت الأزمات

المقدمة

يلعب الإعلام الأمني دوراً بارزاً في نجاح أجهزة الشرطة والأمن في تحقيق إنجازاتها العملية واليومية الهدافة إلى تحقيق الأمن والاستقرار وبسط سيادة القانون في أي مجتمع في الوقت المعاصر ، فمن خلال الأداء المتميز لهذه الأجهزة تبرز الحاجة إلى توعية المواطنين وتبصيرهم وتعليمهم وإرشادهم إلى الإجراءات المطلوبة منهم ، وكذلك المحظورات التي يجب عليهم الابتعاد عنها ، وما هي الترتيبات التي وضعها القانون والنظام والتعليمات ، لكي تستقيم الحياة البشرية دون اعتداء على حقوق الآخرين وحرياتهم .

وإذا كان الإعلام الأمني مطلوباً في الأوقات العادلة التي تمر بها أجهزة الشرطة والأمن ، لغایات الإرشاد والتعليم والتوعية ، فإن هذا الإعلام يصبح أشد ضرورة وأهمية ومطلوباً أكثر في أوقات الشدة والأزمات والكوارث والعمليات الخاصة بمحاربة الإرهاب ، وتبين هذه الأهمية لأن مثل هذه الأزمات والحالات الخاصة تلفت نظر وسائل الإعلام وقيادات الرأي العام إلى الأوضاع الأمنية السائدة ، التي ربما تؤثر بصورة أو بأخرى على سلامة سير حياة الناس ، وانتظام عمليات إنتاجهم ووظائفهم وأعمالهم الخاصة ، وبذلك يصبح الطلب على المعلومات المتعلقة بالأزمات والكوارث والحالات الخاصة طلباً ملحاً من كافة فئات وشرائح المجتمع ، ومن هنا تبرز أهمية استعداد القائمين على الإعلام الأمني للتصدي لكل جديد وتطور في الأزمة التي تواجهها أجهزة الشرطة والأمن .

وفي ظل الظروف الإعلامية المعاصرة السائدة ، من انتشار الفضائيات وتطور وسائل الاتصالات والمواصلات ، وسرعة الانتقال إلى أماكن الأزمات ، وتوفر تقنيات نقل الحدث لحظة وقوعه بالصوت والصورة ، وتنافس وسائل الإعلام على السبق الصحفي خدمة للأهداف المهنية للإعلام والأهداف السياسية والاقتصادية لمالكي هذه الوسائل ، فإن الإعلام الأمني يجد نفسه في أزمة إذا لم يرتب أوضاعه ويستعد لمواجهة التحديات التي تفرزها ظروف الأزمة وتفرضها وسائل الإعلام الأخرى المنافسة .

إن أكثر التحديات التي تواجه الإعلام الأمني في ظل الأزمة هي السبق الصحفي والإدلاء بالمعلومات في الوقت المناسب ، أي السرعة في كشف الحدث للرأي العام من خلال وسائل الإعلام المتواجدة في أرض الحدث ، وهذا السبق يتطلب المصداقية والشفافية والاعتراف بوقوع الحدث والتفصيل عنه بصورة شافية ومقنعة دون المساس بمقتضيات التحقيق الأولي ، مع الابتعاد عن الاستغراب في التفاصيل التي قد تضر بسمعة وحرية وحقوق أطراف القضية .

ومثل هذه التحديات المهنية والفنية تتطلب من القائمين على الإعلام الأمني الاستعداد والجاهزية العالية ، من حيث الكوادر الفنية ، والأجهزة اللازمة للتصوير التلفزيوني ، والفوتوغرافي ، وتسجيل الصوت ، ووسائل نقل المعدات والأفراد إلى موقع الحدث بسرعة فائقة ، مع توفير الحماية للكوادر العاملة من قبل رجال الشرطة والأمن في الموقع . وعلى العاملين في تحرير الرسائل الإعلامية أن يكونوا مدربين على صياغة هذه الرسائل وبثها عبر وسائل الاتصال التي يجب أن تتوفر لهم بأحدث الأجهزة والمعدات مثل الفاكسات والتلفونات النقالة وغيرها من وسائل نقل الصورة والخبر .

ولمعالجة موضوع هذا البحث فقد تم تناوله على النحو التالي :

- ١- دور الإعلام الأمني في تنمية العلاقة بين الشرطة والمواطن .
- ٢- موضوع الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٣- إشكالية الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٤- خصائص الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٥- أبعاد الضوابط الرقابية على الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٦- تقنيات الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٧- كيفية التعامل مع رجال الإعلام في الأزمات .
- ٨- النتائج والتوصيات .

٢ . ١ . أثر الإعلام الأمني في تنمية العلاقة بين الشرطة والمواطن

لقد تبوأ الإعلام الأمني في العصر الحديث مكانة بارزة وأهمية خاصة في تحقيق أهداف الأمن العام في أي مجتمع كان ، من خلال ما يسهم به في توعية المواطنين بالقضايا الأمنية التي تتعلق ب حياتهم وفي تبصيرهم بدورهم في مساعدة رجال الشرطة في تحقيق أهداف الأمن الشامل بالمفهوم المعاصر ، خاصة إذا علمنا أن العلاقة القائمة حالياً بين رجال الأمن والمواطنين تشبها حالات من الشك والريبة وعدم الثقة المتبادلة ، مما يؤدي بها إلى أن تصبح علاقات سلبية متضاربة .

وي يكن الجزم بأن اتجاهات المواطنين نحو رجال الشرطة ، تكونت نتيجة خبرات المواطنين السابقة عن طبيعة الوظيفة الشرطية وأهدافها في الماضي ، وأن تاريخ الشرطة وارتباطها بالاستعمار والاستبداد والحكم الدكتاتوري ، ما زال يصبح علاقة المواطنين مع الشرطة بصبغة غير ودية ، وترسخ هذه

الاتجاهات حاليًّا نتيجةً لتصريحات بعض رجال الشرطة الذين يتعسفون باستعمال السلطة ، غير مقدرين قيمة الوظيفة الاجتماعية التي يؤدونها ، ولا مدركون لأثر الدور الإنساني الموكول إليهم ، في تهيئة البيئة الآمنة ، التي تجعل المواطنين أكثر رحاءً^(١) .

إن أهم ما يشغل بال القائمين على إدارة الأجهزة الشرطية في جميع أنحاء العالم في الوقت الحاضر ، هو كيفية إقامة علاقات بناءة تقوم على الاحترام المتبادل والتعاون الفعال ، بين هيئة الشرطة وأفراد المجتمع ، وذلك من أجل كسب تأييدهم لجهود الشرطة الرامية إلى تحقيق الأمن والاستقرار العام ، ودفع هؤلاء الأفراد إلى تقديم كل ما من شأنه أن يسهم في تحقيق الأهداف المحددة التي تسعى إليها أجهزة الشرطة^(٢) .

لقد ظهر في الوقت الحاضر مفهوم الشرطة المجتمعية ليعبّر عن أهمية العلاقة الحيوية بين أفراد المجتمع وأفراد الشرطة في تحقيق أهداف الأمن والنظام العام في أي مجتمع ، والتي يتمناها أفراد المجتمع الساعون إلى التقدم والازدهار ، والتي لن تتحقق بصورة مثلى دون أن يسهم أفراد المجتمع في معاونة رجال الشرطة في إنجازها بصورة أو بأخرى ، فمهما بلغت إمكانات أي جهاز أمني على الصعيدين المادي والبشري ، ومهما بلغت القدرات الذهنية لدى القائمين عليه ، سوف يلقى صعوبات في أن ينهض

(١) العمرات ، أحمد صالح ، الشرطة المعاصرة وحقوق الإنسان (التجربة الأردنية) ، عمان ، منشورات البنك الأهلي الأردني ، ١٩٩٨ م ، ص ٣٢٩ .

(٢) العطار ، محمد علي ، الرأي العام وأثره في علاقة الشرطة بالمجتمع «دورية الفكر الشرطي» (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، مارس ١٩٩٦ م) ، ص ١٣٧ - ١٥٠ .

بأعباء الرسالة الملقاة على عاتقه ، بالشكل الأمثل والأكمل ، دون أن تكون هناك علاقة وطيدة تربط هيئة الشرطة بالجمهور^(١) .

وفي الواقع العملي ، فقد أثبتت التجارب اليومية أن المواطن الوعي ، يستطيع أن يسهم في تحقيق أهداف الشرطة ، ويساعدها على توفير كثير من الجهد والنفقات في مجال الضبط الإداري (منع الجريمة قبل وقوعها) والضبط القضائي (ضبط الجريمة وتعقب الجناة بعد وقوعها) .

فالمواطن على سبيل المثال يسهم في ذلك من خلال^(٢) :

- ١- التزامه بالقوانين والأنظمة والتشريعات المرعية الإجراء .
- ٢- قيامه باتخاذ الإجراءات الكفيلة بمنع وقوع الجريمة عن نفسه وماله وذويه .
- ٣- قيامه بإبلاغ رجال الشرطة عن الجرائم التي تصل إلى علمه أو يشاهدها أو يتعرف على مرتكبها .
- ٤- تقدمه للشهادة في المحاكم أمام القضاء لتدعيم أدلة وبراهين رجال الشرطة تجاه المجرمين والمشتبه بهم .
- ٥- قيامه بالمحافظة على مسرح الجريمة لحين حضور رجال الشرطة المحققين والخبراء المختصين برفع الآثار المادية .
- ٦- قيامه بالمساعدة في إلقاء القبض على المجرمين والفارين في حالة تعرفه عليهم وتسليمهم لرجال الشرطة .

(١) البداية ، ذياب ، «شرطة المجتمع : أنموذج لعمل الشرطة العربي المستقبلي» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، ديسمبر ١٩٩٧م) ص ص ١٣٣ - ١٢٧ .

(٢) العمرات ، أحمد صالح ، الأمن والتنمية ، عمان ، المؤلف نفسه ، ٢٠٠٢م ، ص ٣٣ وما بعدها .

تبين المجالات السابقة أن للمواطنين دوراً إيجابياً في تحقيق أهداف الشرطة ، المتمثلة في إقرار النظام والأمن العام ، وأن هناك مجالات عديدة يمكن لهؤلاء المواطنين أن يسهموا من خلالها في حماية المجتمع من شرور الجريمة وال مجرمين . ولكن حتى ينخرط المواطنون في الإسهام الفعال مع رجال الشرطة في تحقيق الأهداف الأمنية والشرطية ، فيجب أن يدرك المواطنون أهمية دورهم ، وأن يعرفوا حدود هذا الدور وطبيعته ، وهذا لن يتأتى إلا عن طريق الإعلام الأمني المدروس .

٢ . أهداف الإعلام الأمني

إن إعلام المواطنين بأهداف الشرطة وإجراءاتها ومعطياتها ومبررات ما تقوم به من أجل تحقيق حفظ الأرواح والأعراض والأموال ، وتحقيق حماية النظام العام والبيئة الآمنة المستقرة ، إنما يقصد به كسب تأييد المواطنين لهذه الأهداف وتلك الإجراءات ، وفي نفس الوقت تعويدهم على التعاون مع رجال الشرطة بصورة فعالة من خلال دفعهم إلى اتباع الإجراءات الأمنية التي تحمي أنفسهم وأمن بقية أفراد المجتمع . ويحتاج التعاون المطلوب من المواطنين إلى أن يتعرف كل مواطن على المفهوم المعاصر لأهداف الأجهزة الشرطية والأمنية . ومن الصعب على أي فرد من أفراد المجتمع أن يتفهم هذه الأهداف إلا إذا تم اطلاعه عليها بشكل مفصل وعميق من خلال الإعلام الأمني المدروس ، ولعل الأهداف التالية هي أهمها^(١) :

١ - إيجاد شعور لدى المواطنين بأن هيئة الشرطة والأمن قادرة على توفير

(١) العمرات ، أحمد صالح ، «الآفاق الاستراتيجية للإعلام الأمني» مجلة الأمن والحياة (الرياض ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، عدد ١٩٩ / ١٤١٩هـ).

الأمن العام ، وأن عليهم أن ينصرفوا إلى أعمالهم وإن تاجهم لدعم الاقتصاد والازدهار الاجتماعي .

٢- ترسیخ الاعتقاد لدى المواطنين بأن أجهزة الشرطة والأمن جاهزة ومستعدة لتقديم الخدمات الأمنية للجميع دون تمييز وفي أي وقت .

٣- إظهار السياسة الأمنية الوقائية الفعالة أمام المواطنين لكي يقتنع الجميع بأنهم يعيشون في مجتمع آمن تحميء أجهزة شرطية وأمنية مختارة يقظة وأمنية .

٤- إظهار الجدية من قبل رجال الشرطة والأمن في ملاحقة العابثين بالقوانين والأنظمة ، وتقديم كل خارج على القانون إلى القضاء ليinal جزاءه العادل .

٥- تفعيل إجراءات الضبط الإداري الهدافة إلى حماية المجتمع والبيئة ، من خلال ما يقوم به رجال الشرطة والأمن من أساليب وإجراءات وطرق وقائية تمنع وقوع الجرائم والإنحرافات .

٦- تأمين سلامة الشباب والأطفال وقيام رجال الأمن والشرطة بحمايتهم من الانحراف ومراقبة أماكن إفسادهم وذلك حتى يطمئن الأهالي على أبنائهم .

٧- العمل مع الجهات المختصة لإزالة العوامل المؤدية إلى الانحراف حماية للأخلاق العامة وتوفير الأسباب الأمن والازدهار والاستقرار العام .

٨- بذل المزيد من الجهد لبناء الثقة والاحترام المتبادل بين رجال الشرطة والأمن من جهة وبقية أفراد المجتمع من جهة أخرى .

٩- العمل الفوري والسرع على فض المنازعات والإشكالات البسيطة بين المواطنين لأن تطورها يؤدي إلى تفشي الجرائم والثأر والانتقام إذا لم يتم وأدتها في مهدها .

١٠ - تنمية المعرفة العلمية والفنية والقضائية لدى رجال الشرطة والأمن ، وتجهيزها بأحدث المعدات والأجهزة الالازمة لتقسي الحقائق والأدلة .

٢ . ٣ ماهية طبيعة إشكالية الإعلام الأمني في الأزمات

يأخذ الإعلام صفة القضية التي يتناولها ، فإذا كانت قضية سياسية ، يكون إعلاماً سياسياً ، وإذا كانت اقتصادية ، يصبح إعلاماً اقتصادياً ، ويغدو ثقافياً إذا كانت القضية ثقافية . . . واجتماعياً وحضارياً وبانياً إذا كانت القضية التي يتصدى لها كذلك ، وهكذا يكون الإعلام أمنياً عندما تكون القضية التي يواجهها ويقدم عنها أخباراً ومعلومات ، قضية أمنية تتعلق بحياة البشر وسلامة أعراضهم وأموالهم ومكتسبات وطنهم .

والإعلام الأمني في معظم حالاته ينشط وتبهر أهميته في حالات الأزمات الأمنية ، التي تواجه الأجهزة المسئولة عن حفظ الأمن والنظام في أي مجتمع ، فمن أزمة مكافحة الجريمة الواقعة على أمن الدولة وعلى الأشخاص أو الأموال إلى أزمة التصدي للجريمة المنظمة وأزمة مكافحة المخدرات ، إلى أزمة مكافحة الإرهاب ب مختلف إشكاله من اختطاف الطائرات ، واحتجاز الرهائن ، والاعتداء على رجال الأمن والموظفين العموميين ، وترويع الأهالي والاعتداء على حريات المواطنين وسلب أموالهم وتخريب ممتلكاتهم ، وتعطيل النظام العام . وكذلك الأمر في الأزمات الطبيعية الناتجة عن الزلازل والفيضانات والأعاصير والكوارث الأخرى كالأمراض السارية والمعدية وغيرها من الأزمات التي تستنفر طاقات أجهزة الدولة عامة والأمن العام خاصة للتصدي لها^(١) .

(١) مصطفى ، أحمد سيد ، «منهج مقترن لإدارة الأزمات» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، مارس ١٩٩٦م) ، ص ١٩٥ وما بعدها .

فما أن يخرج الإعلام الأمني من التعامل مع أزمة حتى يدخل في أزمة أخرى ، وبالتالي فإن هذا النوع من الإعلام يمكن أن يوصف بأنه إعلام أزمة ، وفي غير حالات الأزمة الأمنية فإن الإعلام يتحول إلى إعلام اجتماعي أو ثقافي أو توعوي أو تنموي بحسب القضية التي يعالجها ، حيث يتوجه إلى أن يصبح إعلاماً هدفه إرشاد المواطنين إلى الإجراءات الالزمة التي يجب عليهم أن يتذدوها لحماية أنفسهم وأموالهم وأعراضهم من الاعتداء ووقاية أبناء مجتمعهم من أن يقعوا فريسة للاحتيال والاعتداء ، وإلى إعلام توعوي بأهمية التزام المواطنين بالقوانين والأنظمة والأخلاق الحميدة ، وكذلك الطلب منهم مساعدة رجال الأمن في تأدية واجباتهم في حماية الممتلكات العامة والخاصة وفرض هيبة النظام العام لكي يستقر المجتمع ويتمتع الجميع بالهدوء والسكينة وقطف ثمار الطمأنينة ، بهدف زيادة الإنتاج والتنمية وتحقيق الرفاه الاجتماعي لجميع أبناء المجتمع^(١) .

إن الإعلام الأمني في الحالات الطبيعية ، إذا سلمنا جدلاً بأن أجهزة الأمن العام يمكن أن يضي يومها بدون أزمات ، يمكن أن يحمل رسائل تعليم المواطنين وتوعيتهم من أجل زيادة الحس الأمني والوعي لدى مختلف شرائح المجتمع من أطفال ونساء ورجال وشيوخ وأهل حضر وبلاد وأرياف ، وتلاميذ وملئين وتجار وصناع ومزارعين ، بهدف جعلهم جميعاً أعوناً لرجال الأمن العام . ومن ناحية أخرى يمكن أن يستهدف الإعلام الأمني تنبية المنحرفين وردع المجرمين ، وفي نفس الوقت طمأنة المواطنين الصالحين إلى أن في المجتمع سلطة قوية وأجهزة أمن جاهزة ومستعدة

(١) الجحني ، علي فايز ، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة ، الرياض ، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠٠٠ م ، ص ٣٧ .

لإلقاء القبض على كل من تسول له نفسه الاعتداء على حقوق الآخرين ، وذلك من خلال إبراز أنشطة مختلف أجهزة الأمن والشرطة ومدى جاهزيتها للقيام بواجباتها ، وكذلك فإن هذه الأنشطة الإعلامية تسهم في رفع الروح المعنوية لكافة منتسبي الأجهزة الأمنية عندما يطلعون على إمكانيات وطاقات مختلف وحدات الأمن العام من خلال الرسائل الإعلامية التي تبث إليهم .

يقوم الإعلام الأمني على فلسفة ومقاصد مفادها زيادة التأثير والفاعلية لما يصدر عن أجهزة وسائل الإعلام العامة والخاصة بأجهزة الأمن من نشاطات إعلامية ذات صبغة أمنية تقدم من خلال منظمات الإعلام المرئية والمسموعة والمقرؤة ، والتي يقصد بها توعية أكبر قدر ممكن من الناس توعية أمنية متوازنة تثري الروح المعنوية والمادية بكل مقومات النجاح والتفوق ، من خلال الالتزام بالأنظمة والتعليمات التي تكفل أمن الإنسان وحرفيته وسلامة عرضه ومآلاته في شتى مجالات الحياة .

ويعد الإعلام الأمني من المصطلحات الحديثة التي أخذت مكانها المميز بين أساليب الإعلام النوعي المتخصص الهدف ، وهو بهذا المعنى يعرف بأنه (كل ما تقوم به الجهات ذات العلاقة من أنشطة إعلامية وتوعوية وتعلمية بهدف المحافظة على أمن الفرد والجامعة وأمن الوطن ومكتسباته في ظل المقاصد والمصالح المعتبرة) ^(١) .

وحيث إن الإعلام يقدم معلومات وتحليلات ومناقشات ويعرض أراء المختصين والمسؤولين حول قضية معينة من أجل التأثير في اتجاهات الرأي

(١) الجحني ، علي فايز ، «نظرة على الإعلام الأمني» مجلة الأمن (الرياض ، وزارة الداخلية السعودية ، المجلد الأول ، العدد الثامن) ، ص ١٦١ .

العام لمناهضة توجه ما أو لتأييد قضية أخرى ، فإن من الصعب على القائمين على الإعلام أن يكونوا على الحياد ، فهم مع طرف ضد طرف آخر ، ولو حرصوا على الظهور بمظهر الحياد وعدم التدخل ، وذلك لأن الإعلام عامل حيوي يتأثر بالحدث ويؤثر بالرأي العام الذي سيؤثر بدوره في الحدث في مرحلة ما ، انتللاقاً من طبيعة الإعلام الديناميكية المتحركة في مختلف الاتجاهات . فالإعلام عامل متغير ومغير في نفس الوقت ، أي أنه تابع للحدث ومتبع من اتجاهات الرأي العام ، وله سطوة قوية في تغيير نتائج الأحداث وتوجيهها في اتجاهات مرغوبة لصانع القرار الذي يمتلك صناعة الإعلام القوي ب مختلف وسائلها ورسائلها وكوادرها وأجهزتها المرئية والمسموعة والم vrouءة^(١) .

إن الإعلام المعاصر أصبح صناعة ذات تقاليد وأعراف وأسرار ، تحتاج إلى إنفاق هائل من الموارد المادية على تأهيل الكوادر الفنية والموارد البشرية وإجراء الدراسات والأبحاث والاستطلاعات ، وإنتاج المواد الإعلامية ، وبتها عبر وسائل الإعلام المختلفة في أوقات ومناسبات مؤثرة تتلاءم مع طبيعة الحدث والاهتمام العام به من قبل الجمهور المستهدف . ومن هذا المنطلق أصبح الإعلام المعاصر محتكراً في معظم دول العالم من مجموعة محدودة من الشركات العملاقة العابرة للقارات ، والتي تفوق موازناتها المالية كثيراً من موازنات بعض الدول المتقدمة ومعظم الدول النامية ، ونلاحظ بأن الإعلام العالمي أصبح في خدمة الدول العظمى لترويج ثقافاتها

(١) الحويقل ، معجب بن معدي ، « الرأي العام وكيفية تكوينه » دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، يوليو ٢٠٠٠ م) ص ١٩٣ - ٢١٥ .

وممتاجاتها ، وفرض سيطرتها وهيمتها على مقدرات البشرية بأسرها ، في مختلف مناطق العالم ، لا بل وتعادها إلى السيطرة على العالم الخارجي .

٤ . خصائص الإعلام الأمني في الأزمات

والإعلام الأمني لا يخرج عن كونه عملية رشيدة ، لتوصيل المعلومات والأنباء وتوضيح الحقائق ، عن طريق أشخاص ذوي كفاءة عالية ، يستخدمون وسائل اتصال ورسائل إعلامية وفقاً لمعايير الجودة المهنية الشاملة ، بهدف التأثير في الآخرين ، لجعل ذوي الاتجاهات الإيجابية أكثر إيجابية ، وتحوين ذوي الاتجاهات السلبية إلى أشخاص ذوي اتجاهات إيجابية ، أو على الأقل جعلهم أقل سلبية حيال القضايا ذات الصبغة الأمنية .

من خلال المفهوم السابق نستطيع أن نتفق مع الدكتور أديب خضور في تحديد خصائص الإعلام من حيث إن^(١) :

٤ . ١ . الإعلام الأمني وسائل

وتقسم هذه الوسائل إلى منظومات ثلاثة هي :

- منظومة الإعلام المقرؤ .
- منظومة الإعلام المسموع .
- منظومة الإعلام المرئي .

(١) خضور ، محمد أديب ، الإعلام والأزمات ، الرياض ، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، ١٩٩٩ م ، ص ٣٩ وما بعدها .

ولكل منظومة خصائصها التكنولوجية التي تبرز دورها وتأثيرها في صياغة الرأي العام ، وبالتالي تحدد الطريقة والوقت الذي يجب أن تستخدم فيه ، من أجل خدمة الهدف الإعلامي الأمني في وقت الأزمات ، وفي غيرها من الحالات التي تستهدف الأجهزة الأمنية فيها ، توصيل رسالة معينة إلى الجمهور لخدمة قضيابها الأمنية .

٢ . ٤ . الإعلام الأمني رسائل

تمارس الوسائل الإعلامية تأثيرها في الجمهور المستهدف من خلال رسائل إعلامية مدرستة ومؤثرة ، بحيث تتناول موضوعاً مهماً ناضجاً وآنياً ، كما ينبغي أن تكون الرسالة مخرجة في شكل مناسب يبلغ مداه التأثيري على الجمهور ، خدمة للقضية الأمنية المطروحة .

والرسائل الإعلامية في الأزمات تنقسم إلى أربعة أنواع :

- رسائل موجهة إلى داخل البلد .

- رسائل موجهة إلى خارج البلد .

- رسائل موجهة إلى أطراف أخرى ذات علاقة .

- رسائل موجهة إلى الخصم مباشرة .

٢ . ٤ . ٣ الإعلام الأمني كوادر بشرية

أكدت الواقع أن التطور التكنولوجي وتطبيقاته الكثيرة يؤدي إلى تزايد أهمية العنصر البشري في مختلف مراحل العملية الإعلامية ، ويمكن تلمس أهمية تأهيل الكوادر الإعلامية الأمنية من خلال ما طرأ على المستوى الثقافي والتعليمي لتلقي الرسائل الإعلامية من ارتفاع ، وعلى تراكم الخبرة

الاتصالية المتنوعة له ، الأمر الذي عزز الموقف النقدي عنده ، وغيرها من تنافس وسائل الإعلام الأخرى للوصول إلى هذا المتلقى في سوق تنافسية حرة بعيداً عن الضغط والضبط الإعلامي الرسمي .

فقد أدت هذه التطورات وغيرها من تغير المفاهيم الإعلامية المعاصرة إلى ازدياد المهام الملقاة على عاتق الكادر الإعلامي الأمني ، الأمر الذي أدى إلى ضرورة تنمية أساليب ومهارات تأهيل هذا الكادر بحيث يصبح متخصصاً في المواضيع والوسائل والتنوع الصحفي المطلوب .

٢ . ٤ . ٤ الإعلام الأمني إبداع

يعد الإبداع جوهر العملية الإعلامية ، وذلك لأن الإعلام فعالية فكرية ، تتفاعل مع الواقع الموضوعي بهدف تشخيصه ، وفهم قوانينه ، ومعالجة معطياته وتطوراته ، وتوليد أفكار قادرة على أن تصل إلى الجمهور المستهدف والتأثير عليه ، ودفعه إلى السلوك والعمل وفقاً للغايات الأمنية المطلوبة .

وحتى يكون الإعلام إبداعاً لا بد من مراعاة الأمور التالية :

- دورية الإعلام وتقديم مواده بوعي محددة .
- مواكبة الأحداث لعكس التطورات وملاحقة التغيرات في الحدث .
- مراعاة نوعية الجمهور المستهدف والتركيز على اهتماماته .
- مراعاة نوعية الوظائف والمهام المطلوبة من الإعلام وصولاً إلى الأهداف المطلوبة .

٢ . ٤ . ٥ الإعلام الأمني عملية

العملية ليس لها تعريف محدد ، ولكنها مفهوم يقوم على الحركية

والاستمرار ، وفي ظل هذا المفهوم ينبغي دراسة كل ظاهرة على حالتها المتحركة وليس الثابتة . والعملية مجموعة عناصر تتفاعل فيما بينها ، تربطها علاقات ديناميكية يتحدد من خلالها شكل الظاهرة ونتائجها .

من هنا نجد أن فهم الإعلام الأمني كعلم اتصال يحتاج إلى فهم مجمل الاتجاهات الشاملة للعملية الاتصالية وتأثيراتها المتبادلة بين المرسل والرسالة والمتلقي ونوع الموضوع وأهمية تأثيراته الجانبية على بقية أطراف المجتمع الذين لا تربطهم بالقضية المطروحة علاقات مباشرة ، وهذا الأمر يعقد العناصر الفاعلة في عملية التواصل الشاملة .

٤ . ٦ . الإعلام الأمني هادف

الإعلام عملية هادفة ، تتم من أجل تحقيق أهداف محددة ومفهومة من جانب المشاركين في العملية الإعلامية كافة ، ويجب أن تكون تلك الأهداف واقعية ممكنة التحقيق تتناسب مع الموارد والإمكانيات المتاحة . وهنا تبرز خطورة تبعية الجمهور خلف شعارات بعيدة المنال ذات أهداف لا يمكن تحقيقها .

وفي الأزمات ، غالباً ما يكون هدف الإعلام الموجه إلى الداخل هو توضيح الموقف وتحصين المواطن ، وتمتين الجبهة الداخلية ، وتفنيد دعاية الخصم ، وإعطاء الثقة بالنصر ، أما أهداف الإعلام الموجه إلى الخصم ، فغالباً ما تكون : زرع بذور الخلاف في جبهة الخصم ، والتشكيك في إمكاناته وقناعاته .

٤ . ٧ . الإعلام الأمني جمهور

يشكل الجمهور ركناً أساسياً وجوهرياً في العملية الإعلامية ، لأن المادة

الإعلامية لا تكتمل إلا بتلقيها من قبل جمهور مستهدف ، إذ أن نجاح إعلام الأزمة لا يتوقف فقط على التخطيط والتنظيم والتنفيذ السليم ، بل يتوقف أيضاً على كيفية استقبال الجمهور لهذا الإعلام .

وفي هذه الأيام التي انتشرت فيها وسائل الإعلام ورسائله من خلال الفضائيات ، وحرية الصحافة وتداولها عبر الحدود ، وشبكات الإنترنت والإذاعة وغيرها من وسائل الاتصال ، أصبح الجمهور أكثر وعيًّا واطلاعًا على مختلف جوانب صورة الحدث أينما كان ، الأمر الذي يؤكّد على أن الوصول إلى هذا الجمهور أصبح صعب المنال ، كما أن عملية إقناعه والتأثير عليه تزداد صعوبة ، وهذا ما يضع على الرسالة الإعلامية ومتوجهها مهامًا جديدة ، ويضيف أعباءً فنية ومادية وفكّرية على كوادر الإعلام ، لكي يستطيعوا الاستحواذ على اهتمام جانب عريض من الجمهور المستهدف خاصة في إدارة الأزمات .

٢ . ٥ أبعاد الضوابط الرقابية على الإعلام الأمني في الأزمات

يجب أن يضبط إيقاع الإعلام الأمني مجموعة من الضوابط ذات المضامين الدينية والاجتماعية والسياسية والأمنية وفقاً للأبعاد التالية^(١) :

١- البعد الديني : ويؤكّد هذا البعد على الالتزام الكامل بالعقيدة الإسلامية واحترام كل ماله علاقة بالأديان السماوية ، وتنعّم قواعد هذا البعد الرقابي منعاً باتاً ، كل ما يتعارض مع الأحكام الشرعية الثابتة أو يتطاول على علماء الدين مع منع ظهور ما يسيء إلى الشعائر والطقوس الدينية .

(١) النجعي ، علي بن محمد ، الإعلام . . . مفاهيم ، الرياض ، مطبعة سفير ، ١٤١٧ هـ ، ص ١١٥ وما بعدها .

٢- **البعد الاجتماعي** : تمنع هذه الضوابط الرقابية كل ما يخرج عن العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية السائدة ، ولا تجيز ولا تسمح بإذاعة أو عرض ما من شأنه أن يمس بالآداب العامة للمجتمع ، أو يخدش الحياة سواء بالصوت أو بالصورة .

٣- **البعد السياسي** : تتمشى هذه الضوابط الرقابية مع الخط السياسي العام للدولة ، فكل هذه القواعد الرقابية تشير صراحة أو ضمناً إلى عدم جواز إذاعة أو عرض ما يمس بالسياسة العليا للدولة أو بالأهداف التي تقوم عليها هذه السياسة .

٤- **البعد الأمني** : تمنع هذه الضوابط الرقابية كل ما يسيء إلى أمن المجتمع أو يؤدي إلى بث روح الفرقة والبغضاء بين أفراده ، كما تمنع مشاهد الحث على التأر والانتقام ومشاهد الجريمة ، أو مشاهد كل ما يسيء إلى الحكام او يقلل من كفاءة القوات المسلحة والأجهزة الأمنية ، أو عرض أية معلومات أو تحرىض على انتهاك القوانين أو الهجوم على الأنظمة العامة للدولة .

٦ . تقنيات الإعلام الأمني في الأزمات

هناك مجموعة من التقنيات التي أثبتت التجارب العملية نجاحها في الميدان ، ويمكن الاسترشاد بها أثناء وقوع الأزمات الأمنية ، مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة الأزمة وشدتها والظروف الداخلية والخارجية المحيطة بها ، والخصم المقابل للأجهزة الأمنية ، وغيرها من الاعتبارات التي تفيد في ترشيد العملية الإعلامية للوصول إلى النتائج المرغوبة بأقل الجهد والتكليف الممكنة .

ومن هذه التقنيات^(١) :

- ١- التبسيط والخصم الوارد : وهنا يجب تصنیف مقولات الخصم وآرائه تصنیفاً واضحاً ودقيقاً ، ووضع شعار مبسط يلخص ويعبّر عن الهدف الاستراتيجي المراد تحقيقه ، على أن يوظف هذا الشعار في وسائل الإعلام مع التركيز على أن الخصم واحد ، مع أهمية شخصنة الخصم وتقديمه كأصل للمشكلة وللخطر ، وتحمیله مسؤولية كل ما يترتب على مجابهته والتصدي له .
- ٢- التشویق والتهویل : ويعني تضخیم كل ما يتصل بالخصم ، وإبراز سلوکه المعادي للإنسانية ولحقوق الإنسان ، مع طمس كل المعطیات الإيجابیة المتصلة بهذا الخصم ، وصياغة الأخبار حوله بصورة مشوقة تحذب المتلقی للرسالة الإعلامیة .
- ٣- الإیهام والتناغم : أي صياغة الخطاب الإعلامي بشكل دعائي ، بالارتكاز على الهدف الاستراتيجي ، انطلاقاً من الشعار المبسط للحملة ، وضرورة التنوع في الصياغة ، والتناغم مع الرسائل الإعلامية المختلفة بحيث تستحوذ على اهتمام شرائح الجمهور المتنوعة .
- ٤- الإجماع : ويقصد بذلك توظیف الشعار المبسط لخلق إجماع كامل ضد الخصم ، مع توظیف قادة الرأي العام والجماعات الضاغطة للإسهام في دعم هذا الإجماع كعنصر قوة ضد الخصم .
- ٥- مراعاة شروط نجاح الإعلام الدعائي : بحيث تستخدم أساليب الدعاية بمهارة لتفسير السياسات المتبعة ضد الخصم ، وهنا تبرز أهمية تقديم

(١) خضور ، محمد أديب ، «الأمن الإعلامي والأزمات» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ١٩٩٩ م) ، ص ٢٨٩ وما بعدها .

المعطيات المضخمة أو المشوهة تحت غطاء الموضوعية والتجرد . ولا بد من اتباع أسلوب المبالغة لمنع الخصم من رد الفعل في الوقت المناسب ، مع ضرورة اعتماد عنصر الاستمرار في الزمان والمكان للدعاية^(١) .

٦- مراعاة مراحل تكوين الخطاب الإعلامي : تمر عملية تكوين الخطاب الإعلامي عبر ثلاث مراحل هي :

-أخذ موقع داخل الفضاء الإعلامي .

- تأسيس خطاب إعلامي خاص يقوم على انتقاء المعلومات ذات الدلالة التي تخدم الهدف الاستراتيجي .

- إعادة إنتاج الخطاب الإعلامي حسب الواقع الجديد وعرضه بصورة مكثفة كمنطلق جديد للحالة الراهنة^(٢) .

٧- تطبيق نظريات التأثير والإقناع في المراحل المختلفة للأزمة ، وعبر مختلف وسائل الإعلام ، وبالنسبة لمختلف شرائح الجمهور المستهدف وخاصة فيما يتعلق بالآتي :

- تكوين الصورة .

- إنشاء المعاني .

- تغيير الاتجاهات وتعديلها .

- التأثير في السلوك .

(١) الدرديري ، صلاح الدين ، «قراءة في قواعد الإعلام الدعائي المتحالف ضد العراق» المجلة التونسية لعلوم الإتصال ، (تونس ، العدد ١٩٩١ ، ١٩٩١م).

(٢) رمضان ، يوسف ، «نحن والآخر والوساطة» المجلة التونسية لعلوم الإتصال ، (تونس ، العدد ١٩٩١ ، ١٩٩١م).

وعلى الإعلامي الذي يساهم في إدارة الأزمة ، أن يعرف كيف يستفيد من النظريات الاتصالية المختلفة التي تقدم له الإطار العام للمفاهيم ، الأمر الذي يساعد على فهم الواقع ، وعلى رفع مستوى الأداء الاتصالي من أجل الوصول إلى أقصى درجة من المقدرة الاقناعية . لأن العملية الإعلامية يتوقف نجاحها على مقدرتها في الإقناع والتأثير على اتجاهات وسلوكيات الجمهور المستهدف . وهذا هو الهدف النهائي للإعلام الأمني لتغيير وتعديل السلوك عند مختلف أبناء المجتمع ^(١) .

٨- التكرار والتجديد في الشكل والمضمون . لأن المتلقى أصبح واعياً إعلامياً ، ومن هنا فإن أهمية التكرار تقل وتتراجع إذا كانت جامدة لا تحتوي في كل مرة على رسالة جديدة ، أو شكل جذاب ، أو تأتي من مصدر آخر وبصورة مدعومة بآراء تبدو محايضة ومقنعة .

٩- مراعاة التغطية الإعلامية لمجموعة من الاعتبارات أهمها :

- أن تكون الأخبار منفصلة عن الآراء والأهواء .
- أن يكون عرض الأحداث مباشرة .
- مراعاة الأهمية في عرض الأحداث ؛ الأهم فال أقل أهمية وبالترتيب .
- الإدلاء بالحجج والأدلة والبراهين .
- أن تعكس العناوين والصور أهمية وطبيعة النوع الصحفي المستخدم .
- الإشارة دائماً إلى المصدر مع الإجابة على أسئلة البحث العلمي .

(١) صفو ، زهير توفيق ، «دور وسائل الإعلام في تكوين الإتجاهات وتغييرها» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ١٩٩٩ م) ، ص ٢٥٠ وما بعدها .

١٠- هناك الكثير من الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند تصميم الرسالة الإعلامية مثل :

أ- متى يعرض جانب واحد من الموضوع ومتى تعرض أكثر من وجهة نظر حول الموضوع.

ب- متى يستخدم التخويف وأية درجة منه هي الأنفع.

ج- كيفية ترتيب الأدلة والبراهين داخل الرسالة الإعلامية.

د- على أي موضوع يكون التركيز أكبر.

هـ- استخدام أنواع الإستمارات العاطفية والذهنية والسلبية والإيجابية والفردية والجماعية في الوقت المناسب.

و- مراعاة المنافسة التي تحدث بين وسائل الإعلام المختلفة أثناء كثافة وسرعة التغطية الإعلامية.

ز- مراقبة ظاهرة تفاوت وتغير أهمية الرسائل الإعلامية وفق تغير مراحل تطور الأزمة.

ح- جدولة البرامج الإعلامية أثناء الأزمة بحيث تكون هناك :

- جدولة مركزة : وتعني تكثيف تقديم الرسالة الإعلامية لفترة زمنية محددة وتكرارها بحيث تحقق أعلى درجة من التأثير المباشر.

- جدولة مستمرة : التركيز على تقديم مضمون معين طوال فترة الحملة الإعلامية ، ولكن بأساليب وطرق مختلفة ومتعددة.

- جدولة متقطعة : تقديم المضمون في أوقات زمنية منعزلة على امتداد الفترة الزمنية الالزمة ، مع احتمال التوقف لفترة ثم العودة وهكذا.

٢ . ٧ . كيفية التعامل مع رجال الإعلام في الأزمات

تعد الأزمة حدثاً إخبارياً رئيسياً يثير اهتمام الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى ، وتجدر رجال الإعلام يهربون إلى مسرح العمليات بكثرة ، وهم بذلك قد يشكلون عائقاً هاماً أمام المارة ويعطلون عمل رجال الشرطة ، وقد يعيقون انتظام حياة المدنيين . وإزاء هذا الوضع يجب على رجال الشرطة التعامل مع الصحفيين ومندوبي وسائل الإعلام الأخرى بطريقة تسمح لهم بحرية الحركة ، دون قيود على جهودهم ، وفي نفس الوقت ضمان انتظام الحياة العادلة لآخرين ، فالصحفيون والمندوبيون الآخرون لهم واجبات إعلامية تجاه رؤسائهم وتجاه الرأي العام يرغبون بإنجازها بمهنية عالية^(١) .

إن التعامل من قبل رجال الشرطة مع وسائل الإعلام يجب أن يخلو من الغموض ، كما ينبغي أن يبدأ في وقت مبكر قبل وقوع الأزمات ، بحيث يكون هناك علاقة تعاونية مبنية على الاحترام والتعاون المتبادل بين رجال الشرطة ومندوبي وسائل الإعلام المحليين في الأوقات العادية ، وقبل حدوث أية أزمات أو كوارث .

يتمثل جوهر العلاقة بين رجال الشرطة ومندوبي وسائل الإعلام المختلفة في حاجة كل منهما لجمع المعلومات الدقيقة عن الحدث أو الأزمة ، من أجل فهم أسبابها وتداعياتها ونتائجها المحتملة ، ففي الوقت الذي يجتهد فيه رجال الشرطة في البحث والتحري وجمع المعلومات وتحليلها بغية الوصول إلى الجنة أو المسبيين لحدث الأزمة تمهدأ لإلقاء القبض عليهم

(١) شعبان ، حمدي محمد ، «الحماية القانونية لحرية الإعلام» ، دورية الفكر الشرطي ، (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ٢٠٠١ م) ، ص ص ٢١٩ - ٢٤٤ .

وتطويق نتائجها ، فإن مندوبي وسائل الإعلام يحاولون بكل ما أوتوا من قوة جمع هذه المعلومات والوصول قبل رجال الشرطة إلى الأسباب والنتائج والتداعيات ، انطلاقاً من حرصهم على السبق الصحفي وتقديم الحقائق لجمهور الرأي العام الذي يخدمونه ، ومن هذه الصورة التنافسية نجد أن رجال الشرطة ومندوبي وسائل الإعلام في مأزق حقيقي .

فرجال الشرطة يحاولون تطويق الأزمة دون أن يعطّلهم أحد مثل رجال الصحافة والإعلام ، ويسرعون في المضي في نشاطاتهم حفاظاً على الأمن العام والمصلحة العامة ، وهم بذلك بحاجة إلى تعاون رجال الإعلام بأن يعطّونهم فرصة لكي يتمكّنوا من إنجاز مهامهم الشرطية ، وبعدّها يقدمون لهم الأخبار والمعلومات الكاملة . ولكن رجال الإعلام لا يستطيعون الانتظار كثيراً تحت إلحاح رؤسائهم وطلبات الرأي العام لمعرفة حقيقة ما حدث . وفي هذا التناقض لا يجد الفريقان مناصاً من التعاون والتنسيق لأن كل منهما بحاجة إلى الآخر .

وعلى الرغم من أن دور رجال الإعلام يكون في العادة خصماً لرجال الشرطة إلا أنه يعتمد على المعلومات التي يقدمها المسؤولون عن إدارة الأزمة من الشرطين ، وفي حالة امتناع أي مسؤول في الشرطة عن تقديم أية معلومات حول الأزمة ، فإن رجل الإعلام سوف يبحث بنفسه عن مصادر أخرى عن المعلومات ، وقد تكون هذه المصادر هي المواطنون أنفسهم أو المشتبه بهم أو جهات ذات أجندات خاصة ، وقد يلجأ إلى التحليلات الشخصية والتصورات الخاصة والمعلومات المغرضة من وسائل الإعلام المعادية ، لأن الفراغ الإعلامي دائمًا يلئه الشيطان ، ومن العبث أن يتجاهل رجال الشرطة أو المسؤولون عن إدارة الأزمة أسئلة رجال الإعلام لأن ذلك من شأنه أن يحولهم إلى معادين يحاولون الاتجاه بعلموماتهم وآرائهم

الصحفية إلى الوجهة التي لا تخدم أنشطة الشرطة وترتكب أعمالها . وعليه فإنه يصبح من الضروري والهام لمسؤولي الشرطة أن يبنوا علاقات حميدة بينهم وبين رجال الإعلام من زمن بعيد لكي يجدونهم إلى جانبهم وقت الأزمات .

إن العلاقة الطيبة بين رجال الشرطة ورجال الإعلام تقوم وتعتمد على الثقة المتبادلة ، وعلى قدرة التنبؤ باحتياجاتهم وفهمها وتلبيتها ، وهذه العلاقة لا يمكن أن تبني بين عشية وضحاها ، ومن هنا تبرز الحاجة إلى إدارة فعالة للعلاقات العامة في أجهزة الأمن والشرطة ، تكون مهمتها كسب ثقة وصداقة رجال الإعلام من خلال تزويدهم بالمعلومات والتصريحات الخاصة باكتشافات الجرائم ونشاطات الأجهزة الأمنية في ملاحقة المجرمين ، والاستعدادات لمواجهة كل طارئ في حينه حتى تكون مثل هذه المعلومات مادة صحفية تثري عملهم وتطلعهم على سير عمليات الشرطة في حفظ الأمن والنظام العام الذي يهمهم كإعلاميين يشاركون في بناء أمن واستقرار المجتمع الذي يتمنون إليه وفاءً لرسالتهم الإعلامية والإنسانية والاجتماعية في خدمة الرأي العام .

وفي سبيل تحسين العلاقات مع وسائل الإعلام لا بد من اختيار متحديثين رسميين من ذوي الاتجاهات الإيجابية حيال الإعلام والصحافة ، ومن ذوي الثقافات المهنية العالية ولهم اهتمامات بالاتصال مع رجال الإعلام ، من يتعاملون معهم بارتياح ولا يهابونهم . ومن الجدير بالذكر أن اختيار المتحدث الصحفي يجب أن يكون في وقت مبكر حتى يستطيع أن يتصل بالإعلاميين ويقيم معهم علاقات ودية ، ويبني معهم جسوراً من التفاهم ، وأن يتعرف على المسؤولين عن محطات التلفزيون والإذاعة والصحف ويعرف آليات عملهم ، عندها يتعرف عليهم كشخص حقيقي

وليس مجرد متصل على طرف الهاتف ، الأمر الذي يشجعهم على التعاون البناء في إخراج الرواية التي يقدمها الناطق الرسمي بشكل متوازن وقريب من الحقيقة والواقع ^(١) .

على المتحدث الرسمي أن يتذكر دائمًا أن رجال الإعلام يحتاجون إلى معلومات جيدة في وقت وقوعها على أن تكون حقيقة وبأسرع وقت ممكن ، وعلى أي متحدث رسمي أن يكون مستعداً للإدلاء بأحاديث صحافية ومقابلات حية في أي وقت ، حتى وبعد ساعات الدوام الرسمي ، لأن رجال الإعلام سوف يتصلون به وقت علمهم بوقوع الحدث ، ولن يتظروا كثيراً لأنهم في سباق مع الزمن وفي تنافس مع بعضهم بعضاً ، وكل واحد منهم يحاول أن يخدم مؤسسته الإعلامية بالطريقة المثلث وبالسرعة القصوى ، وعندما سوف يلجأون إلى أي مصدر آخر إذا لم يجدوا المتحدث الرسمي باسم الشرطة في الوقت الذي يريدونه .

ومن المهم أن يعرف المتحدث الرسمي أن الصحفيين ورجال الإعلام متنافسون بطبعهم ، ويخشون من فوز المنافسين عليهم ، ولديهم وظيفة يحاولون أدائها ، وهي أن من واجب كل واحد منهم أن يكون أول من يحصل على الخبر ، وأن يكون أفضل من يكتب عنه ، ولذلك يجب على المتحدث الرسمي أن يعاملهم على أساس المساواة والإنصاف ، وعدم تفضيل أي منهم على الآخر لأن مثل هذه المعاملة تتسبب في إغضاب بقية رجال الإعلام ، وسوف تدفعهم إلى التذمر والشكوى ، وعدم الثقة بهذا المتحدث المحابي من وجهة نظرهم .

(١) الشعلان ، فهد أحمد ، إدارة الأزمات ، الرياض ، المؤلف نفسه ، ١٩٩٩ ، ص ١٩٥ وما بعدها .

وهناك ملاحظة أخرى ، وهي أن المتحدث الرسمي يجب أن يعلم أن رجال الإعلام سوف يبحثون عن الحقيقة من أكثر من مصدر من داخل جهاز الشرطة والأمن ، أو من خارجه ، سعياً للحصول على أخبار لا يقولها المتحدث الرسمي أو لتفنيد أقواله إذا كانت تتسم بعدم المعقولة ، ولذلك فإن على المتحدث الرسمي أن يعتمد الصدق في الرواية وعدم المراوغة في تقديم الأدلة والبراهين ، وعليه أن يدعم أقواله بالصور والوثائق إن أمكن ، والأرقام الإحصائية الحقيقة ، لأن ذلك من شأنه أن يجعل القصة التي يرويها أكثر مصداقية وإقناعاً .

ما تقدم يمكن استخلاص بعض قواعد الإعلام والإتصال في الأزمة وهي :

- ١- يجب أن تجمع كل المعلومات ذات الصلة وتوزع من نقطة مركزية واحدة وفي الحالات التي تتسم بأهمية قصوى يجب أن يكون الشخص المتحدث هو أعلى الأشخاص رتبة .
- ٢- يجب على المتحدث الرسمي أن يسهل عملية الإتصال به في أي وقت من ليل أو نهار ، بحيث لا يدع أية فرصة لآخرين لكي ينقلوا الخبر عنه .
- ٣- على المتحدث الرسمي أن يكون مواظباً على مواعيده ، وأن يتصف بالنزاهة والصراحة ، لأن ذلك من شأنه أن يمنع انتشار المعلومات غير الصحيحة .
- ٤- يجب على المتحدث الرسمي أن يبلغ رجال الإعلام بالأخبار السيئة حينما يكون ذلك ممكناً ، خوفاً من أن تتهمه الصحافة إذا عرفت بها من تلقاء نفسها بمحاولة التستر أو التغطية عليها .

٥- على المتحدث الرسمي أن لا يدللي بتصريحات ليست للنشر أو غير منسوبة لشخص معين بالإسم .

توصيل الباحث في نهاية بحثه إلى مجموعة من النتائج لعل من أهمها :

١- الإعلام الأمني ليس هدفًا بحد ذاته وإنما هو وسيلة تعليم وإرشاد وتوعية للمواطنين توضح الأدوار المطلوبة منهم لمساعدة رجال الشرطة والأمن لحماية الأمن والنظام العام لمصلحة الجميع .

٢- الإعلام الأمني كفرع متخصص من علم الإعلام من السهل على الكثيرين التحدث فيه وانتقاد أداء العاملين فيه ، ولكنه عمل من الصعب على معظم المتقددين له أن يعملوا فيه ، لأنهم لا يعرفون به ولا يجرؤون على تحمل تبعاته .

٣- الإعلام الأمني الناجح في النهاية هو إعلام المنتصر ، لأن نجاح المهام دائمًا يبرر أخطاء العاملين سواءً في العمليات الميدانية أو في العمليات الإعلامية .

٤- يواجه الإعلام الأمني تحديات معاصرة تمثل في توفير مستلزمات العمل الناجح من كوادر بشرية ، وأجهزة ومعدات فنية ووسائل اتصالات وأاليات للمواصلات ، وحرية في التنقل والحركة ، مع فتح قنوات الاتصال مع غرف العمليات ومصادر المعلومات في الميدان .

٥- تأخذ الرواية الأولى عن الأزمة قصب السبق وتدور جميع الروايات اللاحقة حولها ، لذلك تأخذ الرواية الرسمية أهمية كبيرة إذا كانت الأولى في النشر .

٦- يواجه الإعلام الأمني منافسة شديدة من وسائل الإعلام الداخلية

والخارجية والدولية ، وهذا يتطلب من القائمين على هذا النوع من الإعلام أن يكونوا مستعدين وجاهزين دائمًا مهنياً وفنياً .

٧- لا يستطيع العاملون في الإعلام الأمني أداء مهامهم بنجاح دون معاونة هيئة أركان العمليات في القيادة العامة والقادة الميدانيين ورجال الشرطة والأمن في مسرح العمليات .

٢- التوصيات :

يوصي الباحث بما يلي :

١- على جميع الأجهزة الأمنية والشرطية دعم جهاز الإعلام الأمني لديها من خلال توفير الآتي :

أ- كوادر بشرية مؤهلة أكاديمياً وفنياً ولديها الرغبة الكاملة في هذا العمل مع توفير نظام للحوافز المادية والمعنوية لهم .

ب- وسائل نقل حديثة وكافية وقدرة على العمل في مختلف الظروف الطبيعية والأمنية المختلفة .

ج- أجهزة ومعدات للتصوير وإرسال الأخبار والمعلومات بالصوت والصورة من مكان الحدث إلى وكالات الأنباء ووسائل الإعلام .

د- فتح قنوات الإتصال مع غرف العمليات والقيادات العاملة في الميدان لتزويد العاملين في الإعلام الأمني بكل المعلومات وأخر المستجدات ، حتى يكونوا قادرين على صياغتها بالصورة الملائمة وتمريرها لوسائل الإعلام المختلفة .

٢- على العاملين بالإعلام الأمني أن يحاولوا تنظيم الإتصال الدائم مع رجال الإعلام ، وبناء الثقة المتبادلة والعلاقة الطيبة معهم قبل حدوث الأزمات وأثناءها لضمان تعاونهم معهم في الأزمات .

٣- على العاملين بالإعلام الأمني أن يكونوا هم أصحاب المبادرة والسبق الصحفى والتحكم في صياغة المعلومات ، لأنهم الأقرب والأسرع في معرفة وقوع الحدث من خلال غرف العمليات والقادة الميدانيين .

٤- يجب أن تتميز الرسالة الإعلامية التي يقدمها رجال الإعلام الأمني بالمصداقية والشفافية مدعمة بالأرقام والبراهين ، ولكن بصورة محترفة لا تؤثر سلباً على سير التحقيق ولا تعتمد على حقوق أطراف القضية .

٥- على القائمين على الإعلام الأمني في الأزمات أن يحاولوا تنظيم عمل رجال الإعلام بالقرب من موقع الحدث ، مع الحرص على الإتصال بهم بصورة منتظمة ومواعيد دقيقة ، وتزويدهم بالمعلومات والرد على أسئلتهم واستفساراتهم بكل حيادية و موضوعية ومهنية ، وعدم تركهم في فراغ إعلامي أو في شك وحيرة من أمرهم ، لأن الفراغ سوف يصار إلى ملئه بالشائعات أو التحليلات الخاصة .

٦- على القائمين على الإعلام الأمني في الأزمات تنظيم المؤتمرات الصحفية مع الحكام الإداريين وكبار القادة الميدانيين ، وضبط عملية الإدلاء بالبلاغات الرسمية ، بما يتماشى مع السياسة العامة لمعالجة الأزمة .

٧- على القائمين على الإعلام الأمني في الأزمات اتباع جميع وسائل وتقنيات التأثير والإقناع ، لنقل الصورة الإيجابية عن رجال الشرطة والأمن وتبسيط إجراءاتهم في معالجة الأزمة ، مع التركيز على إضعاف صورة الخصم وتعظيم سلبياته أمام الرأي العام ، من أجل النجاح إعلامياً في إدارة الأزمة .

٨- على القائمين على الإعلام الأمني بما لديهم من إمكانية الوصول إلى مكان الحدث بسرعة ، وحرية في تصوير وتوثيق الآثار الناجمة عنه ، أن يزودوا وسائل الإعلام الرسمية والمستقلة بالأشرطة التلفزيونية

والصور الفوتوغرافية التي تدعم وجهة نظر إدارة الأزمة ، لنشرها لديها ، وهذا يحقق فوائد عديدة أهمها ضمان تعاون هذه الوسائل مع الأجهزة الأمنية والشرطية ، مع ضمان عدم نشر أية صور أخرى لا ترغبها هذه الأجهزة .

المراجع

المراجع

البداية ، ذياب ، «شرط المجتمع : انموج لعمل الشرطة العربية المستقبلي» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، ديسمبر ١٩٩٧ م) .

الجحني ، علي فايز ، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة ، الرياض ، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠٠٠ م .

_____ ، «نظرة على الإعلام الأمني» مجلة الأمن (الرياض ، وزارة الداخلية السعودية ، المجلد الأول ، العدد الثامن) .

الخويقل ، معجب بن معدي ، «رأي العام وكيفية تكوينه» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، يوليو ٢٠٠٠ م) .

خضور ، محمد أديب ، الإعلام والأزمات ، الرياض ، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، ١٩٩٩ م .

_____ ، «الأمن الإعلامي والأزمات» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ١٩٩٩ م) .

الدرديري ، صلاح الدين ، «قراءة في قواعد الإعلام الدعائي المتحالف ضد العراق» المجلة التونسية لعلوم الإتصال ، (تونس ، العدد ١٩٩١ ، ١٩) .

رمضان ، يوسف ، «نحن والآخر والوساطة» المجلة التونسية لعلوم الإتصال ، (تونس ، العدد ١٩٩١ ، ١٩) .

شعبان ، حمدي محمد ، «الحماية القانونية لحرية الإعلام» ، دورية الفكر الشرطي ، (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ٢٠٠١ م) .

الشعلان ، فهد أحمد ، إدارة الأزمات ، الرياض ، ١٩٩٩ م .
صفو ، زهير توفيق ، «دور وسائل الإعلام في تكوين الإتجاهات وتغييرها»
دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر
١٩٩٩ م) .

العطار ، محمد علي ، الرأي العام وأثره في علاقة الشرطة بالمجتمع
«دورية الفكر الشرطي» (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ،
مارس ١٩٩٦ م) .

العمرات ، أحمد صالح ، الشرطة المعاصرة وحقوق الإنسان (التجربة
الأردنية) ، عمان ، منشورات البنك الأهلي الأردني ، ١٩٩٨ م .

_____ ، الأمن والتنمية ، عمان ، المؤلف نفسه ، ٢٠٠٢ م .
_____ ، «الآفاق الاستراتيجية للإعلام الأمني» مجلة الأمن
والحياة (الرياض ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، عدد
١٤١٩ / ١٩٩٩ هـ) .

مصطفى ، أحمد سيد ، «منهج مقترن لإدارة الأزمات» دورية الفكر
الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، مارس ١٩٩٦ م) .

لنجمي ، علي بن محمد ، الإعلام . . . مفاهيم ، الرياض ، مطبعة سفير ،
١٤١٧ هـ .